



Doel en doelgroep, wat heeft het met elkaar te maken?

Wat hebben het doel en de doelgroep met elkaar te maken tijdens een event? Een inkoppertje: alles! Door doel en doelgroep perfect op elkaar aan te laten sluiten, breng je jouw event naar een hoger level. Maar belangrijker nog, het publiek voelt en merkt dat het event écht om hen draait. Op deze manier kun je de impact vergroten!

DOEL

Om het doel te bepalen moet je jezelf de vraag stellen: waarom organiseren wij dit event en wat willen wij ermee bereiken? Is het onderdeel van een grotere strategie of is het een op zichzelf staand event? De

redenen om het event te organiseren zijn uiteenlopend, van het publiek informeren (over bijvoorbeeld een nieuw product), motiveren en enthousiasmeren tot bijvoorbeeld het aanzetten tot verkoop. Maak dit duidelijk en helder aan iedereen die bij de organisatie betrokken is. Dus ook aan de sprekers en dagvoorzitters.

DOELGROEP

Ook de doelgroep kan erg uiteenlopen. Daarom is het essentieel dat je jouw doelgroep goed in kaart brengt om het event zo goed mogelijk aan te kunnen laten



sluiten. Het event kan bijvoorbeeld worden georganiseerd voor medewerkers (het doel kan daarin weer verschillen). Als het publiek een kaartje moet kopen, zou het kunnen zijn dat je deze groep op een andere manier moet benaderen dan wanneer het voor genodigden is.

MAAK PERSONA'S

Persona's zijn ideaal als om de juiste doelgroep te omschrijven. Doe onderzoek naar deze groep, het liefst zo uitgebreid mogelijk. Waar wonen deze mensen, bij welke bedrijven werken ze, hebben ze iets gemeen, welke leeftijden hebben ze en ga zo maar door.

Omdat er altijd verschillen in de betreffende doelgroep zitten, is het handig om ongeveer drie persona's te maken. Je

maakt als het ware drie nep-personen die binnen de doelgroep passen met alle drie andere kenmerken. Deze drie personen vormen je uitgangspunt en op basis hiervan bouw je verder aan je event.

GROEPSGROOTTE

De grootte van de groep maakt ook uit bij hoe jij het doel wilt behalen. Bij 1.000 man moet er een ander plan komen dan wanneer er 40 man wordt verwacht. Deze gedachte moet altijd in je achterhoofd zitten tijdens het ontwikkelen en vormgeven van het event.

BLIJF JEZELF VRAGEN STELLEN

Bij elke keuze die je maakt, groot of klein, stel je jezelf de vraag of het bijdraagt aan het doel van het event en of het aansluit bij de doelgroep (je persona's). Als het bijvoorbeeld gaat om welke sprekers er komen, dan moet dit natuurlijk in het belang van de doelgroep én het doel zijn. Een belangrijke keuze waar tactisch en goed over nagedacht moet worden. Maar dit geldt ook voor de locatie. Draagt de plek bij aan de wensen van de doelgroep? Als de grootste groep in het Noorden van het land woont, dan is het logisch om in die regio de locatie te zoeken. Denk daarbij ook aan zaken zoals het kleurgebruik. Welke kleuren gebruikt de locatie en past dit bij de doelgroep en het doel? Heeft dit de juiste uitstraling?

MAAK LINKJES

Leg doel en doelgroep naast elkaar en maak connecties ertussen. Op deze manier kunnen er nieuwe interessante inzichten ontstaan! Zijn er overeenkomsten of zijn er juist grote gaten die op een interessante manier gedicht kunnen worden? Door doel en doelgroep op de juiste manier naast elkaar te leggen, geef je de bezoeker het gevoel dat het event écht voor hun ontwikkeld is.

STEL HAALBARE DOELEN

Bedenk (vooraf) manieren om de doelen (achteraf) te kunnen meten zodat je weet of het geslaagd is en natuurlijk zodat je daarvan kunt leren. Er zijn verschillende manieren om je doelen haalbaar en meetbaar te maken. Vergelijk er een aantal en kies degene die het beste bij jouw doelen en event past!

MAAK DE DOELEN DUIDELIJK EN ZICHTBAAR

Als het doel netwerken is, zorg dan dat je programma daarop wordt ingericht. Sommige sprekers dragen daaraan bij, maar je kunt bijvoorbeeld in de pauze spellen toevoegen die het netwerken leuker en makkelijker maken.

Is het doel je product zichtbaar maken en verkopen? Zorg er dan voor dat de bezoekers daar (uiteraard op een subtiele en passende manier) niet omheen kunnen en dat ze het zo makkelijk mogelijk wordt gemaakt.

Is het doel samenwerken? Boek meerdere sprekers die allemaal een eigen invalshoek en verhaal hebben zodat iedereen op een andere manier geïnspireerd kan worden. Probeer daarnaast een aantal interactieve sessies op te zetten, waarbij men daadwerkelijk moet samenwerken om tot iets te komen.

Sprekershuys

Het Sprekershuys helpt je graag om scherp te krijgen wat het doel van jouw event is en stelt de juiste vragen zodat je duidelijker voor ogen krijgt wie jouw doelgroep is. Ook als dit wel bekend is, helpt het Sprekershuys je graag met de juiste invulling om het juiste doel te behalen en om voor de doelgroep een onvergetelijk neer te zetten! Neem contact op via info@sprekershuys.nl of 030 304 00 25.